

RINGKASAN

Minyak goreng merupakan salah satu produk industri hasil pertanian yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Peningkatan jumlah penduduk dan masa peralihan dari konsumsi minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan menyebabkan meningkatnya konsumsi minyak goreng kemasan dan bertambahnya jumlah produk minyak goreng kemasan yang berada di pasaran. Pengetahuan tentang preferensi konsumen terhadap produk minyak goreng dibutuhkan oleh produsen untuk menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen minyak goreng kemasan dan dapat mempertahankan produknya tetap menjadi pilihan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen, 2) mengetahui dan menganalisis peringkat kepentingan atribut konsumen, 3) mengetahui preferensi konsumen, 4) mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap minyak goreng kemasan di Purwokerto.

Penelitian dilaksanakan secara survei pada lima toko swalayan di Kota Purwokerto, yaitu Boersa Kampus dan Kopkun yang terletak di Purwokerto Utara, Toko Dieng yang terletak di Purwokerto Timur, Berkah Jaya yang terletak di Purwokerto Selatan, dan Rita Pasaraya yang terletak di Purwokerto Barat. Penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2020 sampai April 2020. Metode pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*. Obyek penelitian ini merupakan konsumen minyak goreng kemasan yang membeli minyak goreng kemasan pada toko swalayan di Kota Purwokerto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen serta tingkat kepentingan atribut konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada toko swalayan di Purwokerto dari terbesar hingga terkecil adalah atribut volume, atribut merek, atribut harga, dan atribut kemasan. Minyak goreng kemasan yang menjadi preferensi konsumen di Purwokerto adalah harga Rp15.000,00 – Rp25.000,00 per 2 liter, ukuran 1-2 liter, jenis kemasan *refill* plastik besar, warna bening, informasi label tanggal kadaluarsa, promosi penjualan tatap muka, dan merek bimoli. Tingkat loyalitas konsumen terhadap minyak goreng kemasan di Purwokerto dengan nilai pada masing-masing tingkatan yaitu *switcher buyer* sebesar 93,53 persen, *habitual buyer* sebesar 99,33 persen, *satisfied buyer* sebesar 86,43 persen, *liking the brand* sebesar 97,99 persen dan *committed buyer* sebesar 51,25 persen. Rata-rata tingkat loyalitas konsumen berada pada kategori sangat baik, sehingga konsumen di Purwokerto loyal terhadap minyak goreng kemasan.

SUMMARY

Cooking oil is one of the agricultural products that is needed by Indonesian people. The increasing population and transitional period of consumption of bulk cooking oil into packaged cooking oil led to increased consumption of packaged cooking oil and increasing the number of packaged cooking oil products on the market. Knowledge of consumer preference to cooking oil products is required by the manufacturer to create products that suit the consumer preference of packaged cooking oil and can maintain its product remains the consumer's choice. The purposes of this research are 1) know the attributes that consumers consider, 2) know and analyze the importance of the attributes, 3) know the consumer preference, 4) know the level of consumer loyalty to packaged cooking oil in Purwokerto.

The research was conducted in a survey at five supermarkets in Purwokerto, namely Boersa Kampus and Kopkun in North Purwokerto, Toko Dieng in East Purwokerto, Berkah Jaya in South Purwokerto, and Rita Pasaraya in West Purwokerto. Research was conducted from March 2020 to April 2020. The Sampling Method that used in this research was Purposive Sampling. The object of this research is a consumer who purchased packaged cooking oil at supermarkets in Purwokerto City.

The results showed that the attributes considered by consumers as well as the importance of consumer attributes in the decision-making process of purchasing packaged cooking oil at a convenience store in Purwokerto from largest to smallest are volume attributes, brand attributes, price attributes, and packaging attributes. Packaged cooking oil that becomes consumer preference in Purwokerto are Rp15.000,00 – Rp25.000,00 per 2 liter from price attribute, 1-2 liter from volume attribute, large refillable plastic from packaging attribute, clear-colored from color attribute, expired date from label information attribute, the “face to face” promotion from promotion attribute, and Bimoli branded from brand attribute. The value of each of consumer loyalty to packaged cooking oil in Purwokerto are the switcher buyer 93.53percent, habitual buyer 99.33 percent, satisfied buyer 86.43 percent, liking the brand 97.99 percent and committed buyer 51.25 percent. The average level of consumer loyalty is in very good category, so consumers in Purwokerto are loyal to packaged cooking oil.